

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena di dalam dunia industri hiburan memang selalu menarik perhatian. Terutama jika bentuk hiburan ini memiliki tingkat ketertarikan yang tinggi ditambah dengan media penyebaran juga efektif digunakan oleh khalayak, seperti internet maupun televisi. Seperti menurut Ben Agger (dalam Burhan Bungin, 2009:100) sebuah budaya yang akan masuk dunia hiburan maka budaya itu umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Budaya itu akan memperoleh kekuatannya manakala media massa digunakan sebagai penyebaran pengaruh di masyarakat.

Seperti fenomena K-pop yang masih mewabah dan terjadi di Indonesia. Mayoritas budaya Korea yang disebarkan di Indonesia melalui media massa. Dapat diketahui bahwa Korea menyebarkan berbagai produk budayanya melalui produk budaya populer seperti tayangan hiburan berupa musik (K-pop), serial drama (K-drama), film (K-film), variety/reality show (K-show), K-fashion, hingga produk-produk industri lainnya, seperti kendaraan, handphone, peralatan dapur, bahkan kosmetik.

Peran media cukup besar dalam kaitannya menghubungkan antara penggemar dan selebriti favoritnya. Hal tersebut menimbulkan hubungan parasosial dengan tokoh yang ditampilkan media. Bentuk hubungan parasosial yang saat ini terjadi pada kalangan remaja adalah *celebrity worship* (Maltby, Giles, Barber, McCutcheon, 2005). *Celebrity worship* adalah perilaku obsesi individu untuk terlalu terlibat di setiap kehidupan selebriti sehingga terbawa dalam kehidupan sehari-hari individu tersebut (Maltby, Houran, McCutcheon, 2003).

Kesukaan pada Kpop ini tidak terlepas dari sosok idola para penggemar yang menurut fans-nya sangat good-looking, berbeda pendapat dari non-kfans yang merasa bahwa cowok Korea terlalu cantik untuk ukuran cowok. Memang

idola kpop cowok memakai riasan seperti eye-liner, bedak, *lipstick*, dan perawatan wajah lainnya. Tetapi menurut penggemar Kpop, melakukan hal tersebut sebuah hal yang wajar karena di Korea Selatan sendiri, bentuk visual merupakan nilai jual para idola tersebut, sedangkan memiliki bakat merupakan nilai plus bagi idola tersebut. Karena pendapat seperti inilah muncul sebuah pemujaan terhadap idola kpop kesukaan mereka.

Pemujaan (*worship*), menurut Raviv, 1996 (dalam penelitian Darfiyanti dan Putra 2012) adalah salah satu dimensi pengidolaan selain *modeling*. Pemujaan merupakan bentuk kekaguman dengan intensitas yang tidak biasa dan penghormatan terhadap idola. Semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatannya dengan sosok idola (*Celebrity Involvement*).

Semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang, maka semakin tinggi juga tingkat keterlibatan dengan sosok yang diidolakan (*celebrity involvement*) sehingga tingkatan pemujaan terhadap selebriti. Menurut tingkatan ini, semakin seseorang memuja atau terlibat dengan sosok selebriti tertentu maka semakin besar pula keintiman (*intimacy*) yang diimajinasikan terhadap sosok selebriti yang diidolakan (Maltby dkk.,2005; McCutcheon dkk.,2002).

Maltby, Day, McCutcheon, dan Ashe (2006) menyatakan bahwa *celebrity worship* terdiri dari tiga tipe, yaitu *entertainment-social value* adalah sejauh apa penggemar melihat idolanya sebagai sumber kesenangan dan sarana agar dapat berinteraksi sosial dengan orang lain. Tipe kedua adalah *intense-personal feeling* direfleksikan oleh adanya perasaan yang intensif dan kompulsif terhadap idolanya sehingga mendorong penggemar memiliki kebutuhan mencari tahu dan mengikuti berbagai informasi perkembangan idolanya dikarenakan keinginan pribadi untuk melakukannya. Perasaan pribadi yang dimiliki penggemar menyebabkan terjadinya hubungan parasosial yaitu hubungan semu yang dibayangkan oleh penggemar dengan idolanya sehingga membuatnya merasa dekat dengan sang idola. Dan tipe ketiga yaitu *borderline-pathological tendency* yaitu adanya perilaku menyimpang pada pemujaan seorang penggemar terhadap idolanya yang menyebabkan pemikiran yang tidak logis dan tidak terkontrol bahkan

sampai melanggar hukum yang berlaku. Pada tipe ini hubungan parasosial penggemar dengan idolanya memasuki kategori terparah, hal ini dikarenakan pemikiran penggemar yang sudah tidak logis dan tidak terkontrol akibat obsesinya terhadap sang idola sehingga penggemar menganggap bahwa idola adalah orang terdekatnya sehingga penggemar rela melakukan apapun demi melindungi idolanya.

Dari pemaparan tipe-tipe *celebrity worship* dapat disimpulkan bahwa ketiganya dapat memiliki hubungan dengan keputusan fans dalam memutuskan untuk berpacaran. *Fans* K-pop terkadang memiliki ikatan bahwa sang idola merupakan pacar mereka atau paling tidak memiliki pacar seperti idolanya. Aktivitas yang dilakukan oleh fans Kpop ini merupakan sebuah bentuk kecintaan terhadap idola mereka. Sehingga memunculkan keinginan kepada para penggemar untuk memiliki pacar seperti idola kesukaan mereka. Meskipun sangat sulit menemukan seorang pacar yang sesuai dengan kriteria seperti idola kesukaan mereka, tetapi penggemar pun tidak peduli dan tetap mempunyai kriteria tersebut. Bahkan tidak sedikit dari para penggemar yang menganggap bahwa idola mereka merupakan pacar atau pendamping hidup mereka. Seperti menurut Aoyagi, 1999 (dalam penelitian Dita dan Bagus, 2012), bahwa idola pop adalah selebriti yang ditampilkan sebagai gambaran sosok pasangan ideal.

Seperti yang terjadi pada kelompok penggemar bernama Rumpi Rookies. Rumpi Rookies merupakan kelompok yang bermula dari beberapa individu dengan memiliki minat yang sama terhadap Korea. Para anggota dari kelompok ini pada mulanya kenal melalui media sosial seperti facebook dan twitter. Setelah cukup lama berkenalan, mereka akan saling bertemu secara langsung dengan anggota lainnya. pertemuan antara sesama pecinta Korea ini biasanya disebut dengan *gathering*, yaitu bertemu, berkumpul, berkomunikasi dan saling bertukar informasi. Karena pertemuan tersebut telah menumbuhkan beberapa anggota saja yang memiliki kecocokan dimana para anggota ini terdiri dari 8 anggota saja.

Karena kecocokan dan alasan menyukai Kpop tersebut, Rumpi Rookies mulai membuat sebuah event Kpop, dimana event tersebut biasanya berisi tentang Kpop dengan perlombaan dance cover, sing cover, maupun K-fashion. Meski

awalnya mereka hanya menjadi penonton dalam event, mereka mulai diajak membantu event seorang kenalan. Karena mereka telah merasakan bagaimana membuat event Kpop, anggota Rumpi Rookies mempunyai ide untuk membuat event Kpop sendiri. Dan mereka akhirnya mempunyai impian bahwa nantinya Rumpi Rookies mungkin bisa membawa idola kpop kesukaan mereka sebagai project eventnya.

Kelompok yang beranggotakan 8 orang ini memiliki masing-masing idola yang disukainya, seperti aktor maupun boyband. Meski yang disukai oleh mereka melebihi satu idola, tetapi mereka terkadang menganggap bahwa idola-idola kesukaannya sebagai pacar. Tidak jarang mereka memamerkan idola kesukaannya sebagai pacar kepada teman mereka yang bukan penggemar Kpop. Apabila mereka menemukan sosok yang dapat menjadi idolanya, maka mereka mulai mencari informasi tentang idola tersebut sehingga mereka merasa dekat dengan sosok idola yang merangkap menjadi pacar impiannya. Selain itu, cara mereka menganggap bahwa dirinya sebagai penggemar idolanya adalah dengan mengoleksi berbagai foto sang idola, mulai dari yang terlihat good-looking hingga teraneh, sehingga foto tersebut bisa dipamerkan kepada teman-temannya yang bukan penggemar Kpop bahkan tidak jarang juga mereka memamerkan foto tersebut ke akun media sosialnya. Meski mereka tahu bahwa tidak bisa selamanya menganggap bahwa idola mereka sebagai pacar, jalan satu-satunya untuk meralisasikan keinginan mereka adalah memiliki pacar seperti idolanya. Meskipun bukan dari postur wajah, tinggi dan berkulit putih, anggota Rumpi Rookies kebanyakan memilih standar pemilihan pasangan nantinya dari sifat idola kesukaan mereka. Karena dalam realita kehidupannya, mereka sangat menyadari bahwa mencari pasangan yang memiliki standart penampilan seperti idola kesukaannya di Indonesia akan sangat sulit untuk menemukannya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, memunculkan ketertarikan untuk meneliti dan menganalisis bagaimana praktik *celebrity worship* idola K-pop pada penggemar Rumpi Rookies terhadap pemilihan pasangan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana *celebrity worship* idola K-pop pada Rumpi Rookies?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *celebrity worship* idola k-pop pada Rumpi Rookies.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis adalah sebagai berikut ini.

1. Penelitian ini sebagai masukan untuk menambah wawasan dalam ilmu komunikasi khususnya pada psikologi komunikasi mengenai *celebrity worship* idola K-pop pada Rumpi Rookies.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengayaan tentang kajian *Celebrity Worship*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapaun manfaat secara praktis yaitu.

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana mensosialisasikan cara pemujaan yang sehat bagi penggemar terhadap idolanya.
2. Hasil penelitian ini diharapkan mampu membuat para penggemar memiliki batas pemujaan yang aman agar tidak terlalu berlebihan.